

Любавина Анастасия Юрьевна

**ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
АГИТАЦИОННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ
РУССКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Специальность

10.02.20 – «Сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание»

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Работа выполнена на кафедре французского языка и межкультурной коммуникации ГОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Нефедова Лилия Амиряновна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Лыкова Надежда Николаевна

кандидат филологических наук, доцент
Полякова Лилия Сергеевна

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Башкирский государственный
педагогический университет»

Защита состоится 15 октября 2009 года в 10 часов на заседании объединенного диссертационного совета ДМ 212.295.05 при ГОУ ВПО «Челябинский государственный педагогический университет» и ГОУ ВПО «Тюменский государственный университет» по адресу: 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69, конференц-зал (ауд. 116).

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки Челябинского государственного педагогического университета.

Автореферат разослан «12» сентября 2009 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000644210

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
профессор

А.А. Горбачевский

Реферируемое диссертационное исследование посвящено проблеме изучения способов и средств выражения речевых актов на материале агитационно-политических текстов кандидатов на пост президента России и Франции. Анализ репрезентации речевых актов выполнен с учетом современных исследований различных видов текста, проводимых в рамках прагмалингвистики.

Актуальность исследования обусловлена недостаточным количеством работ по сопоставительной прагматике, которые бы выявляли стратегию формирования политических агитационных текстов в разных речевых культурах. Проблема соотношения языка и политики не является до конца исследованной. На сегодняшний день она рассматривается в отрыве от конкретной речевой практики или ограничивается изучением функционирования политической лексики. Очевидно, что особенности и своеобразие объектов анализа лучше всего выявляются через сопоставление. Сопоставительный анализ позволяет увидеть в языке специфические черты и обнаружить динамику языковых преобразований. Представляется, что именно сопоставительный подход является наиболее продуктивным для прагмалингвистического анализа русских и французских предвыборных агитационных текстов. Лингвистическое изучение агитации, в которой ярко выражается отношение политика к происходящим вокруг него событиям, соответствует интересу современного языкознания к проблеме выбора прагматических и грамматических средств, когда язык рассматривается в тесной связи с индивидом, его мышлением, мировоззрением, национальной культурой и практической деятельностью.

Объектом исследования в настоящей диссертации являются французские и русские агитационно-политические тексты. **Предмет** исследования – прагмалингвистические особенности построения агитационных текстов в разных языковых культурах, а также особенности реализации иллюкутивной силы основных речевых актов в их составе.

Цель исследования заключается в проведении сопоставительного прагмалингвистического анализа французских и русских политических агитационных текстов; в описании реализации речевых интенций в агитационном тексте и его минимальных составных единиц (речевых актов).

Поставленная цель определила следующие основные **задачи** исследования:

1. На основании анализа существующих работ, выполненных в русле прагмалингвистики, охарактеризовать агитационно-политический текст как законченное речевое произведение политической коммуникации, в котором прагматическое содержание преобладает над собственно тематическим.

2. Представить классификацию речевых актов и охарактеризовать языковые средства реализации различных речевых актов в составе русских и французских агитационно-политических текстов.

3. На основе выбранной классификации, применяя методы математической статистики, получить и проанализировать данные, касающиеся степени корреляционных связей между сопоставляемыми типами речевых актов в составе русских и французских агитационно-политических текстов.

4. Опираясь на полученные данные, сопоставить стратегии формирования агитационно-политического текста во французской и русской культурах, диагностировать личностные свойства политиков и выявить национальные

особенности построения русских и французских агитационно-политических текстов.

Материалом диссертационного исследования послужили 3286 примеров речевых актов в составе русских агитационно-политических текстов и 4545 речевых актов в составе французских, полученных методом сплошной выборки из предвыборных речей кандидатов на должность президента России Д.А. Медведева, Г.А. Зюганова, В.В. Жириновского и Франции Николя Саркози, Сеголен Руаяль и Франсуа Байру за 2007 и 2008 гг., размещенных на официальных Интернет-сайтах кандидатов.

В работе были использованы следующие **методы и приёмы исследования**: метод сплошной выборки, метод сопоставительного анализа с привлечением метода научного описания, лингвопрагматический анализ текста, приемы количественного анализа и статистической обработки материала.

Научная новизна работы заключается в прагмалингвистическом подходе к исследованию русских и французских агитационно-политических текстов. Впервые выявлены прагматические особенности функционирования иллокутивных речевых актов во французских и русских агитационно-политических текстах; описаны языковые средства актуализации иллокутивной силы речевых актов в политической коммуникации.

Общетеоретическую основу диссертации составили работы отечественных и зарубежных лингвистов по проблемам прагмалингвистики, психологии, грамматики и лексикологии: Г.П. Грайса, Д. Вундерлиха, Д. Вандервекена, Т.А. ван Дейка, С. Левинсона, Д. Лича, Дж. Остина, Дж. Серля, Н.Д. Арутюновой, Бахтина М.М., В.В. Богданова, Е.В. Булыгиной, В.Г. Гака, В.З. Демьянкова, И.М. Кобозевой, Г.В. Колшанского, Е.В. Падучевой, Г.Г. Почепцова, Ю.С. Степанова, И.П. Сусова, Шмелёва Т.В. и др.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что оно вносит вклад в изучение лингвистической теории политической коммуникации и теории речевого воздействия. Работа выявляет языковые и прагматические свойства речевых актов как целостных речевых образований, синтезирующих лексические, морфологические, синтаксические параметры текстов предвыборных кампаний. Результаты, достигнутые в изучении речевых актов в агитационно-политическом тексте, позволяют дополнить положения теории речевых актов, уточнить их типологию, а также диапазон речевых актов, вытекающий из иллокутивной функции и определяющий набор средств их языкового оформления. Исследование расширяет понимание функциональной стороны языка как действия и может быть использовано в теории языка, общем языкознании, прагматике, семантике, функциональной грамматике, а также в теории речевых актов.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования результатов исследования при разработке лекционных курсов по теории перевода, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, при проведении практических занятий по иностранному языку в высших учебных заведениях, составлении учебных пособий. Результаты анализа могут представлять интерес не только для лингвистов, но и для политиков, специалистов в области связей с общественностью. Выявленные характеристики иллокутивной доминанты политического дискурса могли бы способствовать повышению общей речевой

культуры политических деятелей, более глубокому пониманию особенностей публичного общения, а также оказаться полезными для людей, чья деятельность связана с публичным общением.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Агитационная речь является особым текстом массового воздействия, в котором прагматическое содержание преобладает над собственно тематическим, или коммуникативно-информационным, поэтому функциональная роль прагматических составляющих чрезвычайно велика.

2. Иллокутивная функция агитационно-политических текстов в качестве доминантного признака определяет их структурированность при помощи различных комбинаций пяти типов речевых актов: репрезентативов, директивов, квестивов, комиссивов и экспрессивов, различающихся частотой использования в зависимости от национальности оратора и особенностей его как языковой личности.

3. Величина коэффициента корреляции для рядов речевых актов в составе русских и французских агитационных текстов характеризуется достаточно высокой положительной связью, что говорит о сходстве в реализации их стратегии.

Апробация и внедрение результатов исследования. Результаты исследования были представлены в докладах на международных конференциях «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах» (Челябинск 2006, 2008). Основные результаты и положения диссертационного исследования освещены в девяти публикациях, в том числе в статьях научных журналов «Вестник Челябинского государственного университета» и «Вестник Иркутского государственного лингвистического университета», входящих в список изданий, рекомендованных ВАК.

Структура и объем диссертации. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** мотивируется выбор темы исследования, определяется цель работы, выделяется объект исследования, обосновывается актуальность выбранной темы, намечаются цели, задачи и методы исследования, излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Формирование прагмалингвистического подхода к анализу агитационно-политического текста»** рассматриваются основные положения прагмалингвистики, теории речевых актов как одной из основных прагматических теорий, дается характеристика агитационного текста. Данная глава является теоретической основой для дальнейшего исследования.

В настоящее время в рамках лингвистики развивается новое направление, изучающее язык политической коммуникации и демонстрирующее конкретные области применения прагмалингвистического анализа текста.

Предметом прагмалингвистических исследований агитационно-политических текстов является речевое воздействие. Мы понимаем речевое воздействие как влияние, оказываемое политиком на сознание и поведение электората, осуществляемое на основе вербальных знаковых систем. После восприятия текста агитационного характера избиратель должен не только усвоить собственно

фактуальную информацию, но и принять ту систему оценок данной информации, которую ему сообщает или в ряде случаев «навязывает» политический деятель.

Автор агитационного текста, как правило, акцентирует внимание аудитории на наиболее важных моментах сообщения с помощью различных стилистических конвергенций (термин М. Риффатера), то есть схождения в одном месте пучков стилистических приемов, выполняющих одну стилистическую функцию. С нашей точки зрения, наиболее часто встречающимся видом стилистической конвергенции в рамках агитационно-политического текста выступает речевая экспрессия как один из приемов маркирования стилистически наиболее значимых элементов текста. Речевая экспрессия, являясь конвергенцией смешанного типа, проявляется в пучках соотнесенных друг с другом фонетических, грамматических и семантических средств, таких, как выбор формальной оболочки текста (аллитерация, ритм, рифма, просодические средства); подбор лексических единиц (например, использование словосочетаний с ярко выраженными эмоциональными составляющими, учёт оценочной составляющей стилистически нейтральных слов, применение слов, фиксирующих отношения «свой / чужой» и др.); использование синтаксических конструкций, включающих и не включающих в фокус внимания участников элементы конкретной речевой ситуации (пассивный залог вместо активного, номинализация, упрощение или усложнение синтаксиса, упорядочение элементов в сочинительных конструкциях) и др.

Однако предвыборная речь представляет собой процесс коммуникации, ход и результат которого во многом зависят не только от используемого языкового материала, но и от умения политика организовывать этот словесный материал. С этой точки зрения проблема определения особенностей иллокутивной доминанты агитационно-политического текста представляется весьма интересной. Иллокутивная функция агитационно-политических текстов определяется соотношением различных комбинаций типов речевых актов. Центральное положение иллокутивного акта в процессе изучения речевого акта обосновывается важностью коммуникативного намерения. Тип коммуникативного намерения (сообщить что-либо, предупредить о чем-либо, развлечь и т. д.) определяет тип речевого акта. Вследствие сложности и многогранности понятия речевого акта они классифицируются по-разному. В настоящем исследовании критерий преобладающей иллокутивной силы, предложенный Дж. Р. Серлем в качестве основания для классификации речевых актов, становится ведущим. Соответственно, в основу работы положена обобщенная классификация речевых актов Дж. Р. Серля с двумя поправками: квестив, наряду с репрезентативом, директивом, комиссивом, экспрессивом, является отдельным типом речевых актов, а декларатив остается за рамками данного исследования в силу нетипичности его использования в агитационно-политических текстах.

Во второй главе **«Сопоставительный функционально-прагматический анализ иллокутивных речевых актов на примере агитационно-политических текстов предвыборных кампаний во Франции и России»** проводится анализ реализации иллокутивной силы различных речевых актов в составе русских и французских агитационно-политических текстов.

Предвыборная речь представляет собой процесс коммуникации, ход и результат которой во многом зависят не только от используемого языкового

материала, но и от умения политика организовывать этот материал. Пренебрежительное отношение к семантическим и функциональным характеристикам слов, которые характеризуют иллокутивное намерение коммуниканта, преследующего политические цели, могут привести к коммуникативному провалу или противостоянию (политик – аудитория). Функционально-прагматический подход позволил рассмотреть агитационно-политический текст с позиции функционирующих в нем иллокутивных типов высказываний. Доминирующей функцией агитационно-политических текстов является побуждение. В построении текстов побуждающего характера участвуют такие иллокутивные акты, как репрезентатив, директив, квестив, комиссив и экспрессив. В агитационных текстах встречаются все перечисленные виды иллокутивных актов, но в разном количестве. Их количество, как показало наше исследование, определяется особенностями языка выступающего и своеобразием его личности.

С целью убедить в чем-либо электорат политик высказывает свое мнение или суждение, представленное, как правило, репрезентативными речевыми актами. Репрезентатив обозначает утверждение чего-либо, информирование о чем-либо. Репрезентативные речевые акты представляют собой наиболее многочисленную группу речевых манифестаций: в русских агитационно-политических текстах они составляют 45,6% от общего числа выявленных иллокутивных речевых актов, во французских – 40,5%. Таким образом, мы можем утверждать, что репрезентативы формируют информационную канву агитационных текстов. Они включают такие речевые высказывания, как описание факта или действия, доказательство, суждение по конкретному предмету общения.

Для выражения репрезентативов используется ряд лексических средств, призванных обеспечить связность речевой деятельности.

Среди лексических средств, активно фигурирующих в русских и французских агитационно-политических текстах, нами выявлены такие, как перформативные глаголы *говорить, соглашаться, принимать, думать, решать, верить, добавит, воспринимать, parler, réfléchir, accepter, savoir, penser, décider, croire, ajouter, sentir, considérer, dire* и др. Активную роль в формировании репрезентативных высказываний играют модальные слова со значением уверенности *верить, убеждать*, обладающие скрытым перформативным характером, во французском языке синонимичные им грамматические конструкции *être sûr, avoir raison, être convaincu* и т.д. С помощью таких наречий, как *действительно, конечно, определенно, однозначно, разумеется, само собой разумеется, по сути, absolument, bien sûr, sans doute, particulièrement vrai* и др., говорящий выражает определенную степень уверенности в высказываемом суждении.

Немаловажную роль в создании прагматического эффекта утверждения истины говорящий выбирает слова определенной семантики. Среди них во французских агитационно-политических текстах следует отметить использование таких глаголов, как *savoir, voir*, глагола *знать* в русских текстах; существительных, имеющих семантику обобщающего характера: *человек, люди, le peuple, la personne*; конструкций с порядковыми числительными *во-первых, во-вторых, в-третьих, mon premier, mon deuxième*, для структурной организации текста и привлечения внимания к основным позициям кандидата; наречий,

определяющих последовательность изложения *прежде всего, наконец, d'abord, enfin*. Обобщающий характер репрезентируют также высказывания с местоимением *мы, nous* – «мы-инклюзивное» (термин Ю.Д. Апресяна).

В организации репрезентативных высказываний в агитационно-политических текстах используются экстралингвистические средства. В них могут содержаться указания на статус политика, его личный опыт, знания в определенной области, а также приводиться ссылки на высказывания выдающихся личностей. Активно используются такие речевые клише, как *по моему мнению, на мой взгляд, как говорил господин Н, sur l'avis de qn, partager l'avis de qn, selon qn, à mon avis* и т.п.

Проведенное исследование выявило семантическое многообразие репрезентативных речевых актов в рамках агитационно-политического текста. Используя репрезентативы, политик заявляет, сообщает, предсказывает или выдвигает догадку. В зависимости от того, берет ли говорящий на себя полную ответственность за истинность высказывания или выражает чужое мнение, высказывает предположение или умозаключение по какому-либо поводу, мы разделили репрезентативные речевые акты на четыре основных разряда: 1) констативы, констатирующие положение дел в настоящем и фиксирующие положение дел, имевшее место в прошлом; 2) суппозитивы, предполагающие некое положение дел; 3) дедуктивы, прогнозирующие будущее положение дел; 4) эвидентивы, фиксирующие определенное положение дел.

В приведенной ниже Гистограмме отражено процентное соотношение использования этих видов репрезентативов в русских и французских агитационно-политических текстах.



Констативы представляют самую многочисленную категорию как в русских, так и французских агитационно-политических текстах (62,3% и 48,7% соответственно) и вместе с эвидентивами (20,3% и 15,7%) и дедуктивами (13,1% и 34,6%) формируют корпус высказываний, обладающих наибольшей ассертивной иллокутивной силой и выражающих констатацию определенного положения дел в прошлом, настоящем и в будущем, при условии избрания заявляющего о будущем кандидата. Суппозитивы, на долю которых приходится 4,3% и 1,0%

соответственно, являются наименее употребимыми в силу своей семантической составляющей предположения и неуверенности в собственных словах. Французские политики чаще российских употребляют дедуктивы (34,6% против 13,1%), что связано с наш взгляд с большей детализацией их предвыборных программ. В своих программах они тщательно прописывают все свои действия в случае избрания и в предвыборных речах озвучивают их, вдаваясь в многочисленные подробности. Французские политики в своих предвыборных речах больше ориентированы на будущее, а российским политикам присуща определенная «рефлексия», ориентированность на настоящее и прошлое, что подтверждается большим использованием российскими политиками констативов (62,3% против 48,7% французских). Российские политики показали себя более субъективными по сравнению со своими французскими коллегами, так как в своих предвыборных речах они использовали большее количество эвидентивов (20,3% против 15,7%).

Таким образом, коммуникативно-интенциональное содержание репрезентатива заключается в утверждении. Со своеобразием коммуникативно-интенционального содержания связаны соответствующие формальные характеристики репрезентативного высказывания. Например, для репрезентативов непримемлемой является форма побудительного предложения в силу несовместимости его коммуникативного содержания и прагматики репрезентатива, а употребление описательных оборотов, перечислений, большого количества простых утвердительных предложений с перформативными глаголами и модальными словами является наиболее яркой лингвистической характеристикой.

Следующим по «популярности» иллокутивным речевым актом как в русских (28%), так и французских (25%) агитационно-политических текстах является директив, так как основная цель агитационных текстов – побудить электорат проголосовать за нужного кандидата.

В самом общем виде директивный речевой акт определяется как выражение волеизъявления говорящего, направленное на каузацию деятельности адресата.

Прагматическая типология директивов может быть построена с различной степенью детализации в зависимости от избираемых в качестве основы классификации признаков. Проанализированный материал позволил остановиться на трех типах директивов: 1) прескриптивные, то есть предписывающие действие адресата; 2) реквестивные, то есть побуждающие к действию, совершаемому в интересах говорящего, и 3) суггестивные, выражающие совет.

Прескриптивные директивы (требование, приказ, распоряжение, разрешение, запрещение, инструкция, предписание, заказ) характеризуются обязательностью выполнения действия для адресата, приоритетностью позиции говорящего. Адресат находится в неприоритетной позиции и не обладает правом решать вопрос о выполнении/невыполнении действия.

Требования, приказы, распоряжения, запрещения и т.п. характеризуются наличием у говорящего пресуппозиции «законности» выдвигаемой им цели. Использование языковых средств при их выражении в русском языке обусловлено фактором эффективности воздействия. Прескриптивы представлены в основном императивами, вопросом-побуждением с частицей *ли* и вопросом-разрешением; они могут выражаться также перформативными глаголами *требовать*,

распоряжаться, разрешать, запрещать в настоящем и будущем временах; безличными глаголами с модальным значением долженствования *надлежит, следует, подобает*; сопровождаться модальными словами и частицами со значением уверенности *безусловно, верно, действительно, конечно, несомненно, разумеется*, оценочной лексикой и высказываниями сентенционального характера. Так же, как и в русских, во французских агитационно-политических текстах прескриптивы могут выражаться императивом, сослагательным наклонением, вопросами-разрешениями, перформативными глаголами *exiger, permettre, défendre* в настоящем и будущем временах, модальным глаголом *vouloir*. При этом в русском языке преобладает использование повелительного наклонения, а частотность употребления вопросов по сравнению с французским языком значительно ниже. В русских речах активно используются безличные глаголы долженствования *надо, нужно, следует* и местоимение *мы*, чтобы, по всей видимости, снять с себя ответственность, если выполнение приказа или требования приведет к нежелательным последствиям.

В реквестивных директивах (просьба, мольба и приглашение) искомое для говорящего действие, совершить которое он побуждает адресата, не подлежит обязательному выполнению. Позиция говорящего в этом классе директивов неприоритетна по сравнению с позицией адресата. Реквестивы представлены в основном императивом и перформативными глаголами *просить, умолять, приглашать, demander, inviter, supplier*. Во французском языке также активно используются модальные глаголы, сослагательное наклонение (*subjonctif*), в русском языке этикетное междометие *пожалуйста*.

Суггестивы (совет, предложение и предупреждение) представляют собой такой тип директивов, в которых приоритетную позицию занимает говорящий, на основе своего житейского опыта или знания положения дел в определенной ситуации считающий себя вправе каузировать действия адресата. Выполнение действия не является обязательным, и адресат сам принимает решение о его выполнении или невыполнении.

Совет можно рассматривать как ядерный вид суггестивов. Адресант оценивает план действий адресата не только в общем, но также через призму личностных характеристик слушающего. Это означает, что он кратковременно ставит себя в позицию адресата. Это проявляется в формулировках типа *на Вашем месте, à votre place*. Языковыми средствами реализации совета являются речевые клише с глаголами *думать, полагать, считать, penser, considérer*, перформативные глаголы *советовать, conseiller*, сослагательное наклонение, употребление глаголов с частицей *бы* и наречие *лучше* в русском языке.

Структура речевого акта *предложение* такова: адресант знает, что адресат должен совершить действие (например, проголосовать), но не знает, какое действие он должен сделать (какого кандидата выбрать), поэтому адресант представляет несколько альтернативных планов действий, которые, по его мнению, могут помочь адресату решить эту дилемму. Эти возможные варианты планов действия сопровождаются такими грамматическими и лексическими индикаторами, как модальные слова, выражающие значение возможности, предположения, вероятности сообщаемого: *вероятно, возможно, видимо, по-видимому, кажется, наверное, probablement, ça peut être*; перформативными

глаголами *предлагать, proposer*; вопросительными предложениями с разделительным союзом *или, ou*; местоимением *мы, nous* в значении «я+народ», утвердительными и повелительными предложениями; частицей *ли* в русском языке.

Предупреждение является косвенным побуждением, пропозициональное содержание которого указывает на существующую опасность или на возможные неблагоприятные последствия какого-либо действия для адресата. В анализируемых высказываниях зачастую фигурируют такие лексические элементы, как *я полагаю, я думаю, может, je pense, je considère, il peut arriver* и т.п., глаголы в повелительном наклонении. Использование в данном случае придаточных условных предложений происходит тогда, когда слушающий не располагает информацией о последствиях предпринимаемых им действий, т.е. в поле его экзистенциальных знаний нет аналогичных действий. Используются также перформативные глаголы *предупреждать, prévenir*. Французы часто употребляют междометие *attention* в значении предостережения.

Статистические данные относительно употребляемости в агитационно-политических текстах прагматических типов директивов отражены в следующей гистограмме:



В результате проведенного исследования мы пришли к выводу, что среди директивов наиболее употребляемыми являются суггестивы в агитационно-политических текстах как российских, так и французских политиков (72,0% и 55,8% соответственно), ввиду их прагматического контекста, полностью отвечающего характеристикам политической предвыборной коммуникативной ситуации. Реквестивы составляют второй по популярности вид директивов: 22,5% от числа всех выявленных директивов в речах российских политиков и 22,9% в речах французских. Прескриптивные речевые акты *приказ, распоряжение, разрешение, запрещение и требование* не в полной мере способствуют достижению эффекта влияния на аудиторию, поэтому встречаются лишь в 5,5% случаев использования директивов в речах Д.А. Медведева, Г.А. Зюганова и В.В. Жириновского и в 21,3% случаев в речах их французских коллег. Французские политики одинаково часто обращаются как к прескриптивам, так и к реквестивам (21,3% и 22,9% соответственно), то есть, умоляя, требуют и просят, отдавая

приказы. На наш взгляд, это связано с противоречивостью и непостоянством, свойственными французскому национальному характеру.

Для понимания механизма выражения коммуникативного намерения говорящего в директивном речевом акте важно определить возможные стратегии достижения оптимальной реализации иллокутивной цели коммуникации. С точки зрения стратегии осуществления директива (прямой или косвенный, эксплицитный или имплицитный) можно выделить четыре способа оформления директивного речевого акта.

Прямой способ выражения директива заключается в том, что говорящий стремится оказать определенное воздействие на слушателя путем использования таких языковых средств, иллокутивная сила которых легко опознается слушателем: побудительные конструкции, перформативные глаголы и т.п.

В рамках проведенного исследования мы выявили, что частотность употребления прямых директивных речевых актов у российских политиков составляет 39%, а у французских – 33%, что значительно ниже показателей косвенного выражения директивов (61% и 67% соответственно). Это, на наш взгляд, обусловлено тем, что говорящий избирает непрямой, отклоненный, путь, может быть, более длинный, но не менее эффективный, ибо в конечном случае он добивается иллокутивной цели, выбирая способ, наиболее адекватный ситуации общения.

В зависимости от характера индексов иллокутивной силы можно говорить о двух формах выражения речевых актов: эксплицитном, в котором иллокутивное намерение выражено отдельным языковым элементом, и имплицитным, когда иллокутивная сила имплицитно содержится в семантической структуре языковой формы.

В следующей гистограмме представлена частотность выражения прямых и косвенных директивов эксплицитным и имплицитным способом.



Эксплицитная косвенная форма директивов является первым по популярности выражением директивов и составляет 46,2% от общего количества рассматриваемых директивов в речах российских политиков и 57,8% – в речах французов. Имплицитно выраженные директивы составляют основной корпус прямых директивных актов (22,9% от общего количества директивов в

агитационных текстах российских политиков и 23% – в текстах французов). По нашему мнению, это обусловлено тем фактом, что во французском языке грамматическая форма повествовательного предложения (в соответствующем интонационном оформлении) сигнализирует о намерении говорящего побудить адресата к совершению / несвершению действия, т.е. директивная иллюкутивная сила получает в них грамматикализированное выражение и закреплена за данной синтаксической формой. В русском же языке безличные конструкции представляют собой побуждение в более мягкой форме, свойственной рассматриваемому типу дискурса. Директивы, выраженные прямым эксплицитным способом, являются практически самым малочисленным классом в речах французских политиков (составляют всего 10% от общего количества директивов), что, на наш взгляд, обусловлено непопулярностью прямого эксплицитного способа ввиду избыточности выражения с использованием перформативных конструкций, поясняющих намерения говорящего. При соблюдении речевого этикета избегаются эксплицитно перформативные речевые акты, которые могли бы быть восприняты слушающим как слишком настойчивые, грубые, что, в свою очередь, свидетельствовало бы о намерении говорящего оказать давление на аудиторию. Российские политики не боятся прямо заявить о своих намерениях и желаниях, о чем свидетельствует более частое употребление прямых эксплицитных директивов (16,1% от общего числа директивов). Несмотря на то, что в нашем исследовании косвенные имплицитные директивы в речах претендентов на должность президента России и Франции составили соответственно 14,8% и 9,2% от общего числа проанализированных директивов (самый нераспространенный способ выражения), употребление такого вида высказываний дает возможность успешно варьировать языковую реализацию намерений и достигать понимания у слушающего.

Приведенные выше формы выражения директивов обеспечивают политика средствами, пригодными для реализации агитации как прямым, так и косвенным способом. Эти формы соотносятся, как правило, с несколькими типами директивов. Наибольшую прагматическую многозначность проявляют формы, которые имплицитно иллюкутивную силу посредством грамматических элементов, например, форма императива, которая может участвовать в оформлении всех типов директивных речевых актов.

Характерной чертой любого агитационно-политического текста являются обещания – комиссивы. Дж. Серль определяет комиссивы как иллюкутивные акты, направленные на то, чтобы возложить уже не на слушающего, а на говорящего обязанность совершить некоторое будущее действие или следовать определенной линии. К данному классу относятся различного рода обещания и клятвы.

Комиссивы в их классическом варианте – всегда повествовательные предложения, однако специфика их коммуникативно-интенционального содержания обуславливает присущее им содержательное и формальное ограничение: комиссивы неизменно относятся к будущему и потому глагольное время в них будущее. Таким образом, структура комиссива в его прямом выражении такова: главное предложение содержит перформативный глагол *обещать*, *клясться*, *гарантировать*, *уверять*, *promettre*, *jurer*, *garantir*, *assurer* в первом лице единственного числа действительного залога настоящего времени индикатива, а

придаточное предложение выражено будущим временем индикатива или инфинитивом.

Большинство прямых комиссивных речевых актов в агитационно-политических текстах русских и французских кандидатов на пост президента соответствуют приведенной выше структурно-семантической модели. Однако форма глагола в придаточном предложении зависит от языка. При этом русские политики употребляют и будущее время, и инфинитив. Во французском языке в этом стиле речи выявлены в большинстве случаев инфинитивы, что объясняется особенностями синтаксической структуры французского языка, для которого характерна так называемая прямая конструкция: после глаголов обещания и видения употребляется предлог *de* с инфинитивом другого глагола.

У российских политиков частотность употребления прямых комиссивов составляет лишь 5,7% от общего числа комиссивов, обнаруженных в их предвыборных речах. Французские же политики употребляют их чаще (12,0%), так как при выполнении своих профессиональных или общественных обязанностей французы озабочены своим положительным имиджем и эффективностью воздействия на адресата. Поэтому и частотность употребления прямых речевых актов во французском языке выше, чем в русском.

В ходе анализа нами были обнаружены следующие типы трансформации структурно-семантической модели комиссивов: употребление перформативных глаголов, синонимичных глаголам *обещать, клясться, гарантировать, уверять, promettre, jurer, garantir, assurer*; использование другого речевого акта в качестве комиссива; замена формы 1-го лица единственного числа настоящего времени перформативных глаголов на другие формы.

Из трёх обнаруженных типов трансформации структурно-семантической модели политики наиболее активно употребляют структуру, при которой в качестве комиссива употребляется другой речевой акт (заявление, утверждение).

Если в комиссивном речевом акте употребляется форма будущего времени в комбинации с личным местоимением в 1-ом лице и глагол, передающий значение готовности (волитивное значение), то в комбинации с личным местоимением второго лица говорящий, помимо произнесения речевого акта обещания (или даже гарантии), приглашает слушающего к сотрудничеству, пытается с ним «договориться». Это вносит в комиссив определенный смысловой оттенок – достижения каких-либо договоренностей, обсуждение условий.

Часто используется замена формы 1-го лица единственного числа перформативных глаголов на другие формы. Исследование формы подлежащего в комиссивах в русском и французском языках свидетельствует о его вариативности, которая определяется грамматической системой двух исследуемых языков и национальными характеристиками: коллективизмом русских и стремлением к индивидуализму у французов.

В агитационных текстах политик нередко использует интеррогативные высказывания – квестивы. Речевые акты вопроса имеют прямую иллокутивную функцию, если он требует однозначного ответа, вытекающего из буквального смысла предложения. Прямой способ выражения вопросительных речевых актов является непопулярным как у российских, так и у французских политиков (2,5% и

2,9 % соответственно), так как задавать такие вопросы в процессе предвыборной речи бессмысленно, ввиду невозможности получения ответа.

В косвенных вопросительных речевых актах теряется их интеррогативная сила, они не сопровождаются ответом и звучат в потоке монологической речи. С позиций теории речевых актов следует заметить, что косвенный иллокутивный потенциал вопросительных предложений оказывается более широким. Из всех случаев нестандартных употреблений вопросительных высказываний в первую очередь следует назвать использование их в директивной функции. Дело в том, что побуждение к действию, в данном случае к речевому акту, «заложено уже в самой природе вопроса» (Милосердова, 1991), то есть говорящий побуждает слушающего совершить вербальный акт, сообщить что-то, восполнить его информационную лауну.

Помимо интеррогативных и директивных, вопросительные акты используются в других речевых ситуациях и выражают различные иллокутивные значения, которые могут накладываться на основное значение. Так, синкретичными являются, как правило, высказывания, имеющие ярко выраженную репрезентативную иллокутивную силу. Такие высказывания фигурируют в традиционном синтаксисе как риторические вопросы. Нельзя отрицать, что данные высказывания экспрессивно окрашены. Вопросительное репрезентативное высказывание нередко используется в ситуации, когда оратор возмущен, удивлен, раздражен, недоволен.

Для нестандартных вопросительных высказываний характерно также осуществление вердиктивной функции, выражающей порицание, неодобрение действий оппонентов.

Проведенный анализ показал, что в агитационно-политических текстах используются следующие виды вопросов, имеющие различные иллокутивные функции:

1) вопрос, который носит характер прямого обращения. Несмотря на форму данных вопросов (прямое обращение к коммуниканту), процесс «вопросно-ответной» формы для агитационной коммуникации невозможен. Поэтому политик как бы предугадывает ответ.

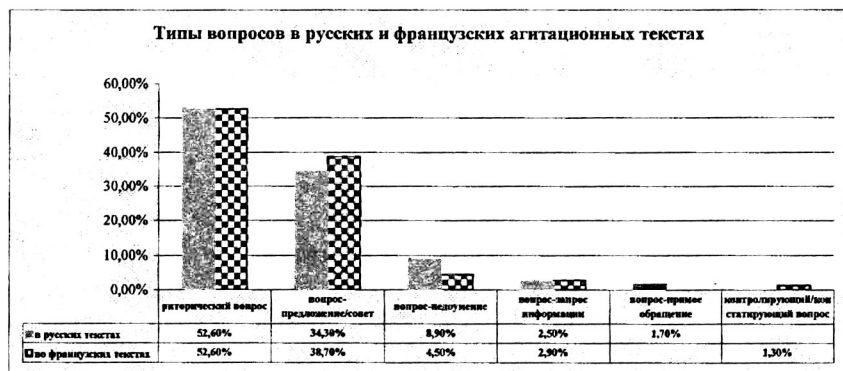
2) вопрос-предложение/совет.

3) риторический вопрос. Данные вопросительные высказывания не дают прямого ответа на вопрос. Экспрессивный потенциал вопросов такого типа заложен в самой сущности этой синтаксической фигуры: по форме – это вопрос, а по содержанию – утвердительное сообщение или побуждение.

4) вопрос-недоумение. Этот тип вопроса можно отнести к технологиям «черного пиара», так как он незаменим, когда нужно имплицитно обругать оппонента или существующую власть.

5) контролирующий или констатирующий вопрос – это в большинстве случаев закрытый вопрос, с помощью которого проверяется заинтересованность слушающего.

Данные о частотности перечисленных видов вопросов, имеющих различные иллокутивные функции, отражены в гистограмме:



Среди всех видов вопросов риторический вопрос лидирует по популярности как в русских, так и во французских агитационно-политических текстах (52,6% и 52,6% соответственно). С помощью риторических вопросов оратор создает иллюзию двусторонней связи между политиком и электоратом. Вопрос-предложение/совет одинаково часто встречается в предвыборных речах как русских, так и французских политиков (34,3% и 38,7% соответственно от общего числа вопросительных предложений). Популярность подобного типа вопроса, как нам видится, заключается в том, что по сравнению с побудительными актами вопрос является актом, наименее угрожающим статусу собеседника, поскольку спрашивающий становится в позицию просителя, признавая в своем незнании, некомпетентности (впрочем, в агитационном тексте это всего лишь видимость). Оформление побудительной интенции в форме вопроса минимизирует ее категоричность. На наш взгляд, вопросительная конструкция является одним из самых вежливых средств передачи побуждения. В нашем исследовании французские политики показали себя более корректными по отношению к конкурентам, так как в их речах встречаемость вопросов-недоумений составила лишь 4,5% от общего числа заданных электорату вопросов, в то время как российские политики обращаются к этому типу вопросов в 8,9% случаев. Контролирующий вопрос встретился нам лишь во французских агитационных текстах и составил 1,3% от всех вопросов. По-видимому, это связано с тем, что французы говорят очень много и пространно и время от времени им приходится реанимировать внимание аудитории. Вопрос-прямое обращение встретился нам лишь в речах русских политиков Г.А. Зюганова и В.В. Жириновского и составил 1,7% от общего числа заданных российскими политиками вопросов. Возможно, это связано с тем, что кандидаты на пост президента России обращаются за поддержкой к той категории населения, интересы которой они представляют. У кандидатов на пост президента Франции, а также у Д.А. Медведева данный тип вопроса нами обнаружен не был, по-видимому в силу того, что они обращаются не к определенной группе населения, а стремятся ориентировать свои выступления на все слои общества, чтобы привлечь внимание наибольшего числа избирателей.

Таким образом, в вопросительном высказывании агитационного текста имеется противоречие между формой (вопросительная структура) и содержанием (значение сообщения). Квестивы в агитационно-политическом тексте не

предусматривают ответа реципиента, но от значения собственно вопроса остается установка говорящего на ответную желаемую реакцию тех, кому обращена речь. Возникает вопрос, почему в агитационно-политическом тексте так часто используется вопросительная форма, выполняющая иллокутивные функции восклицательного или побудительного предложения. На наш взгляд, основная причина заключается в том, что значения утверждения и побуждения к действию, выраженные вопросительными предложениями, более экспрессивны, окрашены определенными эмоциями. А как известно, экспрессия – один из способов достижения главной цели агитационного текста – привлечение внимания.

Эмоциональность речи в осуществляемых речевых актах, как известно, играет важную, а иногда и решающую роль в достижении прагматических целей коммуникации, ради которых и создаются акты, так как в эмотивно-экспрессивных вариантах высказывания объем речевой информации значительно больше, чем в нейтральных вариантах. Желая произвести эффект, убедить электорат проголосовать за себя, политик мобилизует свои и его эмоции, в связи с чем эмотивно-оценочный, экспрессивный компонент высказывания превалирует над номинативным.

Экспрессивным актом мы именуем выражение, цель которого – создать представление о предмете общения, дать ему положительную или негативную оценку, сформировать в сознании слушающего адекватные представления о предмете общения.

Образцовыми глаголами для экспрессивов Дж. Серль называет такие, как *благодарить, remercier, поздравлять, féliciter, извиняться, demander pardon, сочувствовать, plaindre, сожалеть, déplorer, приветствовать, saluer*.

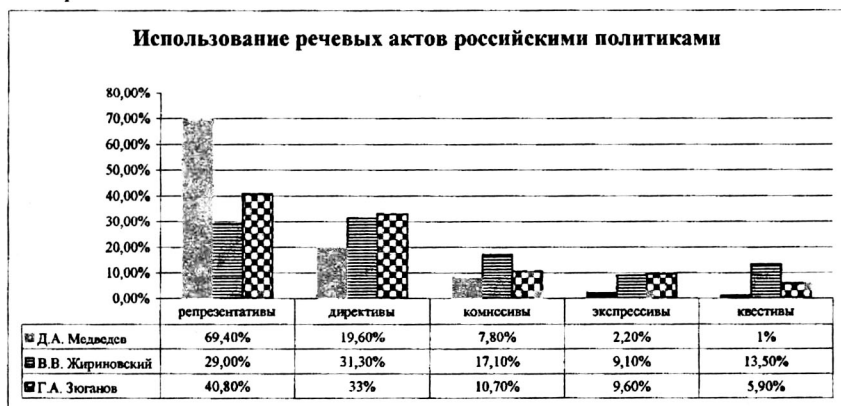
К экспрессивам также относятся акты оценки, пропозициональную основу которых составляет установка говорящего.

В русских агитационно-политических текстах используются отрицательные оценочные слова, коллоквиальные слова (лексемы, являющиеся принадлежностью разговорной речи), междометия, восклицательные предложения, которые могут иметь инвертированный порядок слов, при котором речематический элемент стоит на первом месте, повелительные предложения. Могут быть использованы риторические вопросы, составная форма глагола повелительного наклонения *Да здравствует* и эмоциональное междометие *Ура!* Французские политики нередко обращаются к использованию экспрессивов для выражения радости, веры в прекрасное будущее. Они склоняют электорат на свою сторону не за счет эмоциональной критики оппонентов и существующего порядка, а за счет восхваления самого себя, своей программы, своей партии, выраженный благодарности, с которых начинается каждая речь любого французского кандидата. Поэтому не удивительно, что для экспрессивов в агитационных текстах французских политиков характерна оценка с положительной семантикой. Здесь используются положительные оценочные слова, восклицательные предложения, обращения к себе в третьем лице, простые односоставные предложения, повторы значимых слов, восклицательное междометие *Vive!*

Таким образом, опираясь на результаты проведенного исследования, мы можем утверждать, что воздействие на человека посредством агитационных текстов во время предвыборных кампаний в России и Франции представляет

собой комплексное влияние на его эмоциональную и рациональную сферу, на сферу знания и поведения. Среди способов речевого воздействия, которые преследуют цель изменения принципов выбора, используемых человеком в процессе принятия решения, выделяется использование пяти иллокутивных речевых актов: репрезентативов, директивов, экспрессивов, квестивов и коммисивов.

Процентное соотношение появления иллокутивных речевых актов в агитационных текстах каждого кандидата на пост президента России отражено в гистограмме:



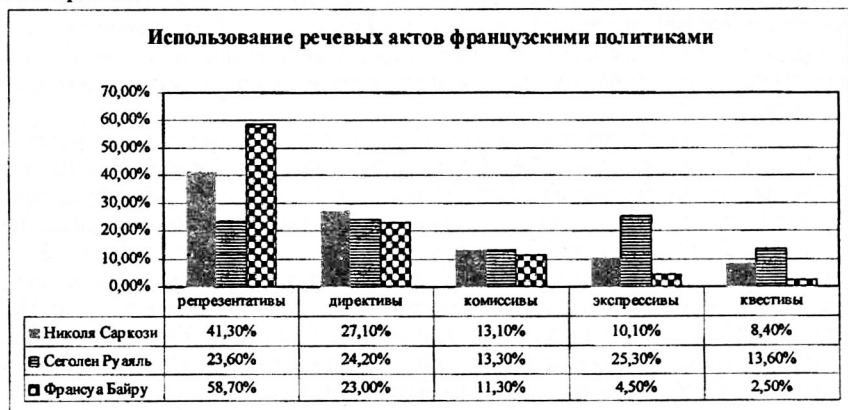
В результате проведенного исследования выявлено, что Д.А. Медведев является лидером по использованию репрезентативов, именно в принадлежащих ему агитационно-политических текстах обнаружено 49,5% всех выявленных репрезентативных высказываний, произнесенных российскими политиками, что составляет 69,4% от всех использованных лично Д.А. Медведевым иллокутивных высказываний. Директив является вторым по популярности речевым актом у данного политика и встречается в его текстах в 19,6% случаев, однако частотность его употребления существенно ниже частотности употребления репрезентативов. Таким образом, в речах Д.А. Медведева основная (побудительная) функция агитационного текста выражена слабее, чем у его соперников. Он почти не задает вопросы, в том числе риторические (квестивы составляют лишь 1% в созданных им текстах), дает мало обещаний (коммисивы составляют лишь 7,8%) и не выражает своих эмоций (экспрессивы встречаются в его агитационных текстах лишь 2,2% случаев). Таким образом, речь Дмитрия Медведева – это речь технократа и юриста, для которого важнее всего соблюдение норм закона. Технократичность подтверждает и пристрастие к подсчетам. Агитационные тексты Д.А. Медведева характеризуются отсутствием организованной системы приемов воздействия.

В агитационных текстах Г.А. Зюганова репрезентативы встречаются в 40,8% случаев, а директивы в – 33,0%, т.е. агитация Г.А. Зюганова представляет собой идеальный баланс аргументирующего информирования и побуждения. В отличие от многих политиков, он действительно стремится быть правильно понятым. В его выступлениях отсутствуют умолчания. Г.А. Зюганов не прячется за

терминологией, не обходит «общепонятных» мест. Г.А. Зюганов дает мало обещаний (комиссивы в созданных им текстах выявлены лишь 10,7% случаев), так как его речь чаще всего ориентирована не на будущее, а на прошлое. Это типаж преподавателя, человека, пользующегося готовыми истинами. Говоря о проблеме, он не пытается найти решение, а выставляет оценки, призывает к общественному порицанию, напоминает о прежних ошибках. Г.А. Зюганов почти не задает вопросы (квестивы встречаются лишь в 5,9% случаев, 24,1%). Экспрессивы составляют 9,6% от числа всех использованных иллокутивных выражений, что говорит об умеренной эмоциональности лидера коммунистической партии.

Речь В.В. Жириновского отличается от речей Д.А. Медведева и Г.А. Зюганова в пользу более частотного использования квестивов (13,5% в текстах кандидата), комиссивов (17,1%) и экспрессивов, к которым лидер ЛДПР обращается в 9,1% случаев. Репрезентативы составляют лишь 29% от числа всех использованных иллокутивных выражений. Этот сравнительно небольшой показатель демонстрирует малую объективность речей В.В. Жириновского. Потитик обращается к использованию директивов в 31,3% случаев. Эти прагматингвистические характеристики агитационных текстов В.В. Жириновского указывают на свойственные ему как оратору яркость, эмоциональность и убедительность речи. Речь Жириновского проста и понятна. В ней мало терминов и цифр, но много восклицательных и вопросительных предложений, что держит слушателя в постоянном контакте с оратором. Владимир Жириновский не боится разбрасываться нереализуемыми обещаниями, видимо, ввиду отсутствия электоральных шансов в борьбе за пост президента, поэтому в его агитационных текстах мы выявили такое большое количество комиссивных актов.

Процентное соотношение использования пяти иллокутивных речевых актов в предвыборных речах каждого кандидата на пост президента Франции отражено в гистограмме:



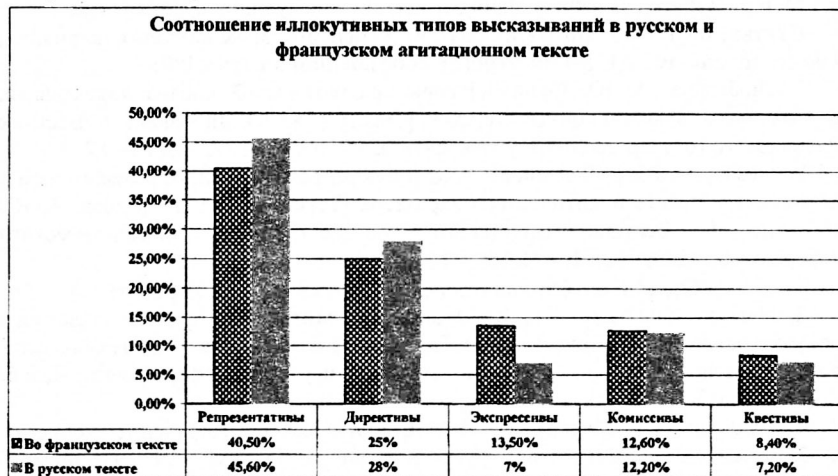
В результате проведенного исследования мы выявили, что Франсуа Байру является лидером по использованию репрезентативов среди французских политиков, именно в его агитационных текстах обнаружено 42,9% всех выявленных репрезентативных высказываний, произнесенных французскими

политиками, что составляет 58,7% от всех использованных лично им иллокутивных высказываний. Директив является вторым по популярности речевым актом у политика и встречается в его текстах в 23% случаев, однако частотность его употребления ниже, чем у его соперников. Таким образом, в речах Франсуа Байру основная (побудительная) функция агитационного текста выражена слабее, чем у его политических конкурентов. Лидер центристского движения дает достаточно много обещаний (комиссивы составляют в его текстах лишь 11,3%), но почти не задает вопросы (квестивы составляют лишь 2,5%) и не выражает своих эмоций (экспрессивы встречаются лишь в 4,5% случаев). Таким образом, что касается Байру, то его шансы на успех довольно зыбки. Его речь представляет собой монотонные рассуждения о существующем положении во Франции без осмысленной системы приемов воздействия. Он не общается с аудиторией, а как будто читает лекцию. Его речи не хватает индивидуальности. Такая безэмоциональность не свойственна французской политической культуре и французскому темпераменту.

В отличие от Франсуа Байру, Сеголен Руаяль делает упор не на представление объективной информации о существующем положении дел во Франции, а на эмоциональную сферу избирателей. Не случайно она чаще других кандидатов обращается к использованию экспрессивов (25,3% экспрессивов от всех использованных ею иллокутивных актов), а репрезентативы использует лишь в 23,6% случаев, что значительно ниже показателей её политических соперников. Она постоянно находится в контакте с аудиторией, общается с ней, задает вопросы: квестивы составляют в её речах 13,6%. Этот показатель значительно выше, чем у её конкурентов по предвыборной гонке. Побудительная функция в агитационно-политических текстах Сеголен Руаяль выражена четко, она обращается с призывами в 24,2% случаев. Сеголен Руаяль дает примерно столько же обещаний, как Франсуа Байру и Николя Саркози (13,3% в созданных ею текстах). Но эклектичность её речей, явная легковесность основных разделов программы создает впечатление, что Сеголен Руаяль живет в выдуманном мире, в который пытается заставить поверить избирателей. Недостаток объективной информации в предвыборных речах и чрезмерная эмоциональность ослабляют её позицию.

В агитационных текстах Николя Саркози репрезентативы встречаются в 41,3% случаев, а директивы в 27,1%, т.е. агитация политика Саркози представляет собой идеальный баланс аргументирующего информирования и побуждения. Николя Саркози дает примерно столько же обещаний, как и его соперники по политической гонке (комиссивы в созданных им текстах выявлены в 13,1% случаев), но его обещания вызывают больше доверия, чем грёзы о безоблачном будущем Франции из уст Сеголен Руаяль и заведомо неосуществимые посулы Франсуа Байру. Он в меру эмоционален: экспрессивы составляют в его текстах 10,1%, что выгодно отличает его от слишком эмоциональной Сеголен Руаяль и абсолютно неземного Франсуа Байру. Он постоянно использует личное местоимение «я», но компенсирует этот своеобразный эгоцентризм частыми вопросами к аудитории: квестивы встречаются в его речах в 8,4% случаев. Речи Николя Саркози представляют его как «человека действия», «сильной руки», решительного и бескомпромиссного политика, способного навести порядок.

Проведенный анализ показал, что количество использованных иллокутивных речевых актов определяется национальностью выступающего, особенностями языка и своеобразием его личности, но при подсчете общенациональных показателей индивидуальные особенности нивелируются, что отражено в следующей гистограмме.



В результате проведенного исследования выявлено, что наибольшее количество иллокутивных речевых актов в агитационно-политических текстах составляют репрезентативы, формирующие информационную ткань текстов (45,6% в русских текстах и 40,5% во французских). Основную, то есть побудительную функцию агитационного текста реализуют директивы (28% и 25% соответственно). Экспрессивы, выражающие эмоциональную сторону агитационно-политических текстов, составляют 7,0% в речах российских политиков и 13,5% в речах их французских коллег. Предвыборные обещания реализуют комиссивы (12,2% в русских текстах и 12,6% во французских), а квестивы, в большинстве своем представленные риторическими вопросами, составляет 7,2% и 8,4% соответственно. Из приведенного материала видно, что в процентном соотношении частотность появления того или иного иллокутивного речевого акта в составе русских и французских агитационно-политических текстов характеризуется достаточно высокой степенью совпадения, что говорит о сходстве в реализации их стратегии. Достаточно большой разрыв наблюдается только в частотности использования экспрессивов (7,0% в русских агитационно-политических текстах и 13,5% во французских), что подтверждает тезис о большей эмоциональности французов по сравнению с русскими.

В **Заключении** отмечается, что осуществление прагматического воздействия на получателя информации составляет важную часть любой коммуникации, в том числе и агитационно-политической. Целью создания агитационно-политического текста является достижение желаемого воздействия на электорат. Установление необходимого прагматического отношения реципиента к агитационному

сообщению политика в значительной степени зависит от выбора последним иллокутивных типов высказываний.

Приложения содержат таблицы, включающие в себя языковые средства реализации иллокутивных типов высказываний в русском и французском агитационно-политическом тексте.

Материалы исследования нашли отражение в следующих публикациях:

Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Любавина, А. Ю. Функционально-прагматический анализ директивных речевых актов в агитационных текстах [Текст] / А. Ю. Любавина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 27. – С. 78 – 82.

2. Нефедова, Л. А., Любавина, А. Ю. Роль репрезентативного речевого акта в агитационном тексте политического характера [Текст] / Л. А. Нефедова, А. Ю. Любавина // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 1. – С. 155 – 160.

Статьи, опубликованные в сборниках научных работ:

3. Пашнина (Любавина), А. Ю. Прагматический аспект восприятия газетного инокультурного текста [Текст] / А.Ю. Пашнина // Студент и научно-технический прогресс: Тезисы докладов XXVI студенческой научной конференции. / Челябин. гос. ун-т. Челябинск, 2003. – С. 65 – 66.

4. Пашнина (Любавина), А. Ю. Семантическое наполнение концепта «глобализация» во французской и русской культурах [Текст] / А.Ю. Пашнина // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: Материалы III Международной научной конференции. Челябинск, 27-28 апреля 2006 г./ Под редакцией Л.А. Нефедовой. Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2006. – С. 35 – 37.

5. Любавина, А. Ю. Проблема преодоления языкового и культурного барьеров [Текст] / А. Ю. Любавина // Культура и коммуникация: Сборник материалов II международной научно-практической конференции. Челябинск, ноябрь 2006 г./ Под редакцией Г.В. Абросимова. Челябинск: Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2006. – С. 206 – 210.

6. Любавина, А. Ю. Формирование прагматического содержания агитационного текста (на материале агитационных буклетов и листовок региональных избирательных кампаний во Франции) [Текст] / А. Ю. Любавина // Прагматические аспекты коммуникативной лингвистики и стилистики (проблемы общего и романского языкознания): Сборник научных трудов факультета лингвистики и перевода Челябинского государственного университета. / Под редакцией Н.Б. Поповой. Челябинск: Изд-во ИИУМЦ «Образование», 2007. – С. 119 – 124.

7. Любавина, А. Ю. Иллокутивная цель как основание для классификации речевых актов [Текст] / А. Ю. Любавина // Информационные технологии в образовании и науке: Всероссийский сборник научных трудов/ Под редакцией А.А. Саламатова – Челябинск: Юж.-Урал кн. изд-во, 2007. – С. 82 – 92.

8. Любавина, А. Ю. Определение понятий «паблик рилейшнз» и «пр-текст» [Текст] / А. Ю. Любавина // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: Сборник статей участников IV

Международной научной конференции. Челябинск, 25-26 апреля 2008 г./ Под редакцией Л.А. Нефедовой. Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2008. – С. 431 – 434.

9. Любавина, А. Ю. Иллокутивная цель как основание для классификации речевых актов [Текст] / А. Ю. Любавина // Информационные технологии в образовании и науке: Международный сборник научных трудов / Под редакцией А.А. Саламатова – Челябинск: Юж.-Урал кн. изд-во, 2008. – С. 62 – 72.

